ChinaXiv合作期刊

引用格式：周宏春, 史作廷. 双碳导向下的绿色消费：内涵、传导机制和对策建议. 中国科学院院刊, 2022, 37(2): 188-196.
Zhou H C, Shi Z T. Green consumption under carbon-orientated: Connotation, transmission mechanism and countermeasures. Bulletin of Chinese Academy of Sciences, 2022, 37(2): 188-196. (in Chinese)

双碳导向下的绿色消费：内涵、传导机制和对策建议

chinaXiv:202303.10096v1

周宏春[1]　史作廷[2]
1 国务院发展研究中心 北京 100010
2 国家节能中心 北京 100045

摘要　随着我国消费占国民生产总值比重的提高、对经济增长拉动作用的增强，消费对资源环境和二氧化碳排放的影响也日益显现。生产为了消费，消费反过来也促进生产；消费决定生产，也引导着生产方向和发展趋势。绿色消费不仅是消费者责任，也对生产者提出了更高要求：从原材料采购、产品生产和流通、产品使用、报废产品回收和最终处理/处置的全过程都以低碳为标准，倒逼供给侧结构性改革促进绿色低碳发展。政府可以通过设立激励/约束机制、增加绿色产品供应、组织政府采购和做出率先垂范等政策措施引导绿色消费，但根本措施还在于提高公众环保意识，自觉践行绿色低碳消费。

关键词　绿色消费，内涵，传导机制，对策建议

DOI　10.16418/j.issn.1000-3045.20210815001

2021 年 3 月 15 日中央财经委员会第九次会议提出："要倡导绿色低碳生活，反对奢侈浪费，鼓励绿色出行，营造绿色低碳生活新时尚。"实现碳达峰、碳中和，不仅需要生产者攻坚克难的决心，也需要每个消费者脚踏实地的行动。人们可以从小事做起、从自身做起，践行简约、适度的生活方式，让绿色低碳生活方式成为新的时尚。本文中的绿色消费是广义的，体现了节约资源、环境保护、气候友好的本质要求。

1 绿色消费内涵及其与相关概念的关系

按国家统计局对统计指标的最新解释，居民消费包括食品烟酒、衣着、居住、生活用品及服务、交通通信、教育文化娱乐、医疗保健、其他用品及服务等八大类①，涵盖人们日常生活中的衣、食、住、行、游、用、娱乐等方面。

修改稿收到日期：2022年2月14日

① 国家统计局 . 2020 年居民收入和消费支出情况 . (2020-01-18). http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/202101/t20210118_1812425.html.

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202303.10096v1

倡导并践行绿色消费、节约型消费、可持续消费、低碳消费等理念，是绿色低碳发展的题中应有之义，也是国内外相关管理者和专家的共识。1992年，联合国《21世纪议程》认为，“全球环境持续恶化的根源”是“不可持续的生产方式与消费模式”。1994年，联合国环境规划署发布的《可持续消费的政策因素》报告，将可持续消费的内涵界定为：“提供相关产品与服务以满足人类的基本需求，提高生活质量，也使自然资源和有毒材料的使用量最少，使产品或服务生命周期中所产生的废物和污染物最少，从而不危及后代人的需求。”国内学者还依据可持续发展的定义方式，“将可持续消费定义为既能满足当代人消费发展需要而又不对后代人满足其消费发展需要的能力构成危害的消费”[1]。英国的绿色消费内涵更加直观明了。英国在1987年出版的《绿色消费者指南》[2]中对“绿色消费”的定义是：“不使用危害消费者和他人健康的商品；不使用在生产、使用和丢弃时造成大量资源消耗的商品；不使用过度、超过商品本身价值的包装或过短的使用寿命而造成不必要消费的商品；不使用来自稀有动物或自然资源的商品；不使用含有对动物残忍或不必要剥夺而生产的商品；不使用对其他国家尤其是发展中国家带来不利影响的商品。”中国消费者协会将2001年的主题确定为绿色消费：“倡导消费者在消费时选择未被污染或有助于健康的绿色产品；消费中注重对废弃物的收集与处置，尽量减少环境污染；在追求生活方便、舒适的同时，注重环境保护，节约资源和能源，实现可持续消费。”②

低碳消费是低碳经济的重要内容，也是各国应对气候变化的重要举措。低碳消费由2003年英国能源白皮书《我们的能源未来：创造低碳经济》中首次提出，内涵是“在满足居民生活质量提升需求的基础上，努力削减高碳消费和奢侈消费，实现生活质量提升和碳排放下降的双赢”。低碳消费要求消费者在消费过程中坚持低碳理念，践行科学、文明、健康的消费方式。换言之，低碳消费是从碳减排的角度来解决消费的不可持续性问题[1]。

2 我国绿色消费的特点及存在的问题

近年来，我国的消费一直保持平稳较快增长，对经济发展的基础性作用显著增强，对生态环境的影响也日益显现。我国的消费特征已发生明显变化：消费层次由温饱型向全面小康型转变，消费行为由从众模仿型向个性体验型转变，消费形态由物质型向服务型转变。

2.1 绿色、健康的生活方式成为“新宠”

近年来，中国政府高度重视绿色消费，发布了101项与绿色生活有关的政策文件。其中，中共中央和国务院文件26项，主要是推进绿色消费的通知、意见和方案；中央各部委发布相关文件75项，主要是落实国家决策的具体措施和推进行动。总体上看，中国促进绿色消费的制度框架基本成型[3]。*在推进措施上，*我国积极推动了绿色消费的相关探索（如节能环保产品认证、环境标志认证、绿色供应链、共享单车等），为推动形成绿色生活方式和消费模式积累了经验。*在公众行动上，*公众环境意识、参与意识和维权意识的明显提高，以及对良好生活质量的要求和期待的日益增长，构成了绿色消费的社会基础。

人们已意识到消费对可持续发展的作用，绿色消费意愿开始增强。《家庭低碳生活与低碳消费行为调研报告》③显示：采取简约适度、绿色低碳的生活方式和消费方式，既是环保责任也是生活智慧，是可持

② 中国消费者协会2001年主题：绿色消费 . (2014-12-08). http://www.cca.org.cn/xxgz/detail/16939.html.

③ 中国气象报社 .《家庭低碳生活与低碳消费行为研究报告》发布 . (2020-01-16). http://www.cma.gov.cn/2011xwzx/2011xqhbh/2011xqhbhyhy/202001/t20200116_545020.html.

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202303.10096v1

续、高质量生活的应有之义。认为低碳可以“减少浪费”、有助于“可持续发展”、可以减少空气污染、可以使生活更健康、使生活回归简单而且更加愉悦的受访者分别为41%、33%、32%、33%、25%。最被广为接受的低碳消费行为发生在家用电器领域，表现为受访者对节能家电有明显偏好（在3个能效等级中，选择一级能效的占39%）、使用和处置过程中也有鲜明的低碳取向。《2020年中国消费者调查报告》[4]显示：消费者不仅关注健康与有机食品消费，“健康与天然原料”也成为产品选择的重要因素；约60%的消费者在购物时会习惯性地查看食品成分，在健康与生活方式相关物品上的支出也增加了。

青年更愿意为绿色买单。“90后”和“00后”，无论是现在还是未来都将是生活消费的主力军。在聚焦18—24岁中国大学生青年群体的《中国青年气候意识与行为调研报告2020》[5]中，受访者愿意“为保护环境支付更高的价格”“为保护环境缴纳更多的税”“为保护环境降低生活水平”的比例分别为68%、62%、57%。这些数据充分说明，青年群体在主观意愿上具有强烈的环境保护意识与价值判断；而意愿在多大程度上转变为实际购买行动，则是需要认真研究的问题。

*女性在绿色消费中的作用日益显现。*女性是绿色消费的主体，一个家庭的购物计划和消费主要由女性完成，消费价值实现的占比超过60%。经济合作与发展组织（OECD）国家的研究表明，女性更愿意购买绿色产品和节能产品。发展中国家的女性负责家庭购物的比重达70%—80%。对家庭垃圾是否进行了分类的问卷回复中，女性肯定的回复比男性高出将近5个百分点。女性的性格、意识和行为对孩子乃至家庭都将产生很大的影响，对绿色家庭建设的作用也很大④。

*疫情引发生产与消费的新特点、新业态。*新冠肺炎疫情极大冲击了人们的日常生活经验和原有的知识体系，人们开始反思发展方式、生活本质和日常生活习惯，并调整生活方式和消费模式以适应新形势。疫情期间，满足健康需求的口罩、防护服、呼吸机等产品生产和供应迅速增长；“宅消费”也应运而生，新型消费业态发展迅疾，在线消费普及，网络视频消费迅猛增长，电商和新零售业务快速发展。在线购物业态走进千家万户[6]。在应用程序（APP）中简单操作就能完成过去只有出门才能实现的消费，使中老年人也加入了新型消费行列。在移动互联网技术支撑下，线下零售向线上+线下零售融合转变，电子商务、移动支付、共享经济等成为引领消费的新潮流。

2.2 我国绿色消费中存在的问题及原因

中国促进绿色低碳消费虽然取得积极进展，但也存在一些问题我国的绿色消费问题，主要有表现为：①*绿色低碳产品有效供给和需求不足。*一些产品节能环保不达标、市场不够规范。此外，无论是绿色食品、节能环保产品、绿色建筑、公共交通还是环境标志产品，尚未成为人们衣食住行的必需品。②*绿色低碳消费意识比较薄弱。*居民由来已久的粗放式消费习惯，过度消费、奢侈浪费、炫耀性消费等现象还在某种程度上存在，在衣食住行游的日常生活中还未养成健康、环保、适度的消费习惯，一定程度上造成了巨大的资源浪费、环境污染和生态退化问题。低碳生活方式也没有成为社会风尚[3]。

*法律不完善。*我国的绿色消费，是以政策引导、自上而下推动的，尚未出台过一部专门的绿色消费法律。相对而言，日本制定了《绿色消费法》《低碳投资促进法》《城市低碳化促进法》《绿色采购法》等一系列的法规。2010年，韩国制定出台《韩国绿色低碳增长基本法》，规范了绿色低碳消费的相关内容。

④ 陈彦霏．王海芹：研究显示女性有更高的绿色低碳产品消费意愿．(2021-07-13). https://baijiahao.baidu.com/s?id=1705165977652029721&wfr=spider&for=pc.

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202303.10096v1

而我国现有法规，包括《环境保护法》《消费者权益保护法》等，缺乏对绿色低碳消费的具体规定，对知识产权保护力度不够，影响了绿色消费社会氛围的形成和发展。

政策措施不健全。财税政策不能完全落地、招投标机制不健全、市场监管不到位、宣传推广力度不够，尚不能有效激励和引导市场主体和消费者；也存在低碳产品品种少、价格高，“叫好不叫座”现象。部分企业炒作“低碳”概念，以次充好、以假充真现象时有出现，违法成本低，挫伤企业生产积极性，也影响消费者信心。绿色食品、绿色商品认证混乱，也没有起到为消费者提高辨别绿色商品真假的能力。

消费方式不合理。当前消费对资源环境的压力持续加大，也成为温室气体的重要排放源。具体体现为：① 由于规模、结构以及消费方式等原因，消费对资源能源的需求持续刚性增长；② 奢侈型、浪费型的不合理消费方式加剧了资源环境压力；③ 消费成为固体废物产生的重要来源[3]。据有关统计，到 2020 年 9 月我国产生包装废弃物 600 亿件，相当于 2019 年的总量，不仅消耗大量资源，还影响环境卫生和市容市貌[6]。

伴随我国工业化城市化的完成，居民生活消费需求仍将不断提高。促进绿色消费对于转变发展方式、增加绿色产品供应、提高能源利用效率、应对气候变化、建设生态文明等具有重大意义。绿色低碳消费体现的是人们的一种心态、一种价值观和一种行为方式，代表人与自然、经济社会与生态环境和谐共生式发展，也是我国绿色低碳发展的必然要求[1]。

3 绿色低碳生产与消费之间的传导机制及其影响因素

消费决定生产，也引导生产方向与发展趋势；生产也可以引导消费（典型的例子如苹果手机），消费决定产品生产的品种和数量。生产为了消费，消费反过来也促进生产，两者相辅相成。低碳消费不仅涉及消费，也关系绿色低碳生产能否顺利开展和最终实现。低碳消费要求从原材料生产、消费品购买、产品使用和最终处理的全生命周期都以低碳为标准，这不仅是消费者责任，对生产者也提出更高要求，倒逼供给侧结构性改革以满足绿色低碳的消费需求。从供给看，价格会直接影响绿色产品的普及程度乃至绿色消费水平的变化；从需求看，消费主体、消费能力和消费意愿决定绿色产品的生产方向和发展趋势。

发达国家终端能源消费中工业、建筑、交通运输各占 1/3，能源管理由生产侧转向消费侧。我国仍处于工业化和城镇化进程中，近 70% 的能源消费集中在工业领域，建筑、交通运输的能源消费将持续刚性增长。人均能源消费与发达国家相比依然较低，2020 年仅 3.5 吨标准煤；居民生活能耗占比约 11%，处于以住房、汽车为标志的消费升级阶段[1]。伴随我国中等收入群体的持续扩大，对优质能源及其服务的需求仍将不断增长。

研究绿色低碳产品生产和消费的传导机制，十分必要。我们从消费者行为心理、消费者消费绿色产品的影响因素、绿色产品生产和消费的传导机制（图 1）等方面，由微观到宏观进行深入解剖，并进行简要解释。

在生产端，政府通过激励/约束机制、政府采购、宣传教育和率先垂范等途径，影响绿色产品的生产和使用规模。一般地，政府补贴和税收减免优惠政策，会扩大绿色产品生产和消费；禁止使用以濒稀物种为原料，如禁止用犀牛角、象牙等生产相关药品的相关规制，与之相关的绿色产品的生产和消费会增加。企业是市场经济的主体，是绿色产品的生产者。企业是否生产绿色低碳产品，受到企业社会责任、环保意识、清洁生产和绿色制造水平、绿色供应链管理等要素影响；与此同时，营销环节做得好可以快速提升绿色产品销量，“口口相传”也会增加绿色产品销售规

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202303.10096v1

模。

在消费端，消费排放的二氧化碳以家庭为单位，具有点源离散分布的微观特征。消费者是否消费绿色产品，受到收入水平、受教育程度和消费观念等因素影响；收入水平决定了消费者的购买能力，而消费什么则是消费者的自主选择，外人难以强求。消费者的购物活动和绿色消费行为，则受到选择愿意、选择倾向、临时起意等心理影响。消费者在购买行为中的心理活动一般要经历一个认知过程、情绪过程和意志过程[7]——这一过程决定了消费者的购买活动，三者存在密不可分的联系。① 认知过程。消费者的购买行为从认知开始。消费者从各种途径获取诸如“绿色食品”“节能电冰箱”等绿色商品信息，形成零散、独立和直观印象。随着绿色商品知识不断传播，消费者形成记忆、思维、想象等心理活动，对绿色产品产生信任感；在购买时会凭借记忆，包括生活中感知的商品、体验过的情感或有关经验，作出购买与否的决定。② 情绪过程。社会需求及其情感支配消费者的购买行为。消费者在购买商品时会受到生理需求和社会需求支配，并产生商品购买与否的情绪变化：如出现能满足自身消费需求的情绪反应，产生愉快、欢喜等积极态度，将激发购买行为。反之，如果不能满足自身消费需求会产生厌恶情绪，就不会有购买欲望。③ 意志过程。在购买活动时，消费者表现出有目的的自觉支配、调节自己的行为，努力克服心理和情绪障碍，实现既定目的过程；这是消费者心理活动的意志过程。这个过程具有两个基本特征：有明确购买目的；排除干扰和困难，实现既定目的[7]。

4 推进绿色低碳消费的政策建议

习近平总书记在2017年中共中央政治局第四十一次集体学习时强调，“要充分认识形成绿色发展方式和生活方式的重要性、紧迫性、艰巨性，把推动形成绿色发展方式和生活方式摆在更加突出的位置”。为促进绿色低碳消费的健康持续发展，本文提出如下对策建议。

（1）加强顶层设计，扩大绿色低碳产品有效供给。要加强绿色低碳消费的顶层设计。顶层设计，既要能“顶天”，顺应国际绿色低碳发展潮流，符合国家政策导向；又要能“立地”，工作有抓手，结果能显现。换言之，既要理论的“高大上”，又要任务的可操作性。消费既是终点也是新的生产起点，是释放

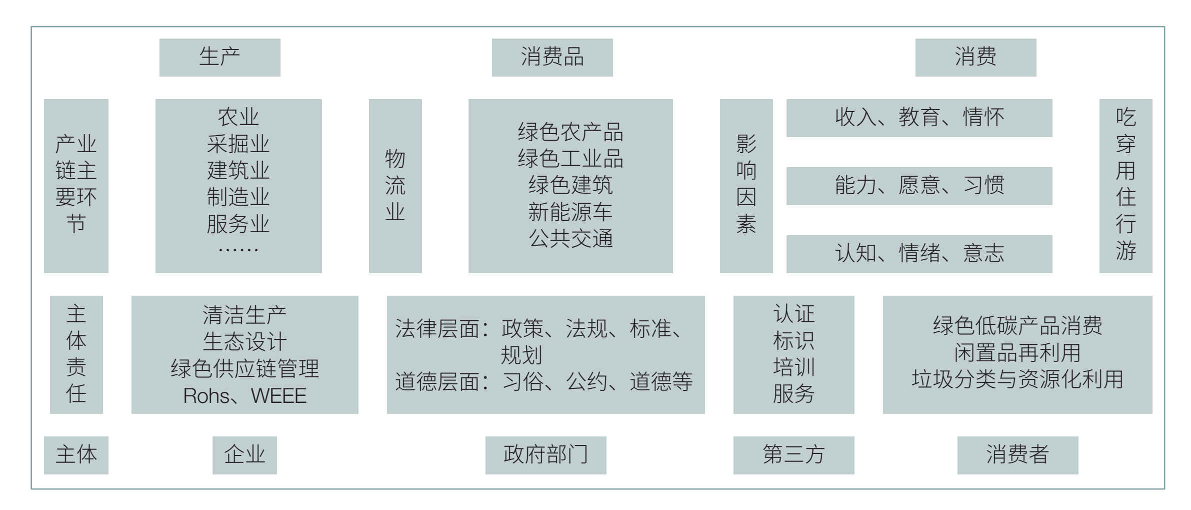


图 1　绿色低碳产品生产和消费的传导机制示意图[6]

Figure 1　Transition sketch map of green production and green consumption[6]

Rohs：关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令；WEEE：报废电子电器设备的回收指令

Rohs: Restriction of hazardous substances; WEEE: Waste electrical and electronic equipment

我国内需潜力、增强经济发展动力的着力点。要倡导文明、节约、绿色、低碳消费理念，推动形成与中国国情相适应的绿色低碳生活方式和消费模式。将绿色低碳消费纳入国家和地方各级政府的国民经济和社会发展规划纲要，纳入“五位一体”总体布局；提出绿色低碳消费的指导思想、基本原则、目标指标等，规划绿色消费供给端的重点任务，包括绿色设计、工业清洁生产、工业循环经济、工业污染防治、能源清洁低碳化利用、农业绿色发展、服务业绿色发展、扩大绿色产品消费、绿色生活方式等内容。还应编制专门规划，研究提出阶段性目标任务，加强供给侧结构性改革，提高绿色低碳产品的生产能力，明确相关部门的职责分工，系统协调，统筹推进绿色低碳消费的持续健康发展。

（2）实施扩大内需战略，提高公众的绿色消费水平。总体政策导向是，提高低收入群体收入水平，扩大中等收入群体规模，抑制高收入群体奢侈性消费取向。① 发挥公共财政资金的“种子”作用。引导企业和社会投资，鼓励居民扩大消费，更多依靠内需特别是消费需求拉动经济增长。扩大内需既是增强国内大循环主体地位的要求，是有效应对外需拉动作用减弱、把握发展主动权的必然选择，也是提高绿色消费水平的前提条件。② 增强消费，尤其是绿色消费对经济增长的拉动作用。打通制约经济持续增长的堵点、痛点，培育农村电商、网上零售、互联网医疗、智慧旅游等新型消费。③ 完善收入分配制度。提高低收入群体收入，提高劳动报酬在初次分配中的比重，健全多层次社会保障体系，让群众有能力消费。以促进低收入者迈入中等收入群体为重点，以解决城乡人口流动、社会保障等为着力点，提高教育、医疗、社会保障等公共服务水平，减轻居民群众的生活压力。④ 扩大中等收入群体规模，形成“两头小、中间大”的橄榄结构。中等收入群体边际消费倾向更高，是购房买车、医疗教育、休闲旅游等中高端商品和服务消费主力军，是引领消费结构向高端化、服务化、多样化、个性化升级的中坚力量。加大税收、社会保障、转移支付等调节力度，抑制浪费型不合理消费，通过政策引导和调节，使人民群众愿消费、能消费、敢消费[8]。

（3）以节能、节粮为重点，促进生产-流通-消费全过程的节约高效。企业能源利用效率的提高可以从节能和减少生产过程中的浪费做起；减少消费中的浪费，也是绿色低碳消费的重要内容，公众的绿色低碳消费必须减少餐桌上的浪费。2021 年 3 月 15 日，中央财经委员会第九次会议提出，“要加强风险识别和管控，处理好减污降碳和能源安全、产业链供应链安全、粮食安全、群众正常生活的关系”。要以经济社会发展全面绿色转型为引领，以能源绿色低碳发展为关键，把资源节约放在首位，实行全面节约战略，深化能效改造，加强减污降碳技术研发、推广、应用，持续推进绿色低碳创新成果转化，提高企业能源利用效率，加快形成节约资源和保护环境的产业结构、生产方式、生活方式、空间格局，坚定不移走生态优先、绿色低碳的高质量发展道路。坚持全生命周期管理理念，减少粮食产后的损失[9]⑤。从粮食收割开始做到全程不落地清理、干燥，入仓分品种储存，实现“优粮优储”；从粮食收购、仓储、运输、加工企业到市场销售，建立“低温链储运”系统，全产业链实施粮食减损降耗、保质保鲜技术，实现粮食产后减损 50% 以上的目标。采用环保运输包装，做好回收再利用工作，降低流通成本及资源损耗。建立低成本、高效率的绿色低碳物流体系，实现产销高效对接；优先发展节能高效的铁路运输方式，协同推进流通体系高质量发展与自然环境的高水平保护。

⑤ 杨召奎. 国家粮食和物资储备局：推动全链条减少粮食产后损失. (2020-08-18). http://news.workercn.cn/32842/202008/18/200818042749614.shtml.

chinaXiv:202303.10096v1

chinaXiv:202303.10096v1

（4）完善政策措施，加大对绿色低碳消费的支持力度。① 要完善产业政策。扩大绿色低碳产品供给是对生产端的直接要求；只有扩大低碳产品供给、降低低碳产品价格，才能加快形成低碳生活方式。对高耗能行业、限制类淘汰类企业实行差别电价政策，对能源消耗超过能耗电耗限额标准的实行惩罚性电价政策。实施节能技术改造以奖代补政策，并按实际节能量给予奖励；实施“领跑者”计划，实施节能产品惠民工程，对能效最好的产品和设备给予激励；推行居民用电阶梯价格。② 实行税收优惠政策，完善差别价格机制，推广节能低碳技术，引进绿色环保设备，提高能源生产、转化和使用效率。③ 鼓励消费者使用节能节水环保产品、节能环保型汽车和节能省地型住宅，减少使用一次性产品，限制过度包装，抑制不合理消费。④ 健全生产者责任延伸制度，明确生产者对产品生命周期的目标责任，即从生态设计、产品开发、生产加工、销售和售后服务到产品回收、废物处理，生产者都承担相应责任。⑤完善政府绿色采购政策，加大政府对绿色低碳产品的采购力度，逐步提高节能节水、再生利用产品比重。⑥ 创建资源节约型环境友好型机关、学校、社区和医院，鼓励党政机关、学校、医院等公共机构优先采购并使用绿色低碳产品。⑦ 依托“一带一路”倡议，充分发挥我国清洁能源制造国优势，畅通低碳商品的采购和销售，在世界范围内促进绿色产品的高效流通与优化配置。

（5）加强治理能力建设，形成推动绿色低碳消费的长效机制。促进形成绿色低碳消费方式，需要政府、企业、第三方和公众的共同努力。政府应当提供必要的激励和约束，在推广节能环保产品时，国家投入了大量的资金补贴，这是一种最直接有效的激励方式；也要加强监管力度，加大对假冒伪劣产品的处罚，以起到规范市场的作用。企业顺应绿色低碳发展的潮流，把握考虑到市场所有参与方，要形成一个绿色低碳消费自洽的、可持续的商业模式[⑥]，支撑绿色低碳消费的健康发展。还要发挥第三方的作用。绿色低碳产品认证和标识是提高消费者认知的重要手段，可以降低消费者甄别绿色低碳产品成本，还可以提高低碳产品市场识别度和占有率。因此，进一步推进低碳产品标准、认证和标识工作。凡符合绿色低碳标准的产品，可按相关要求进行认证。要鼓励企业开展绿色低碳产品认证，避免增加企业的生产经营成本。消费者对绿色产品的关注，更多的是考虑健康、节能等因素。强化公众节约资源保护环境意识，采用多元化、多媒介的宣传方式，普及绿色低碳消费理念，宣传勤俭节约的重要性，引导生活消费的绿色低碳转型。政府和企业可以为消费者提供更多的绿色低碳消费知识，增强消费者绿色低碳产品购买意愿。健全绿色低碳公共服务，为公众提供便捷的低碳消费体验。采取系统措施，从公众绿色低碳消费观的培养和引导入手，影响消费者绿色低碳消费态度、意愿和行为。绿色低碳生活方式的养成可以从细节入手，从小事做起，并体现在衣食住行用游的日常生活中（如外出就餐吃不完的食物鼓励打包带走）；选购节能环保型家用电器、节水器具、变频空调、冷凝式热水器等产品，注意节约用水，养成节能节水的好习惯。选择低碳出行方式，选择价格低廉、便捷通达、运行安全环保的公共交通工具，使用共享单车等交通工具；积极参与垃圾分类，重复利用购物袋，不购买过度包装的产品，发展形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费模式，形成全社会共同参与绿色低碳消费的良好风尚。

积沙成塔，集腋成裘。绿色低碳生活方式的养成，绿色消费、厉行节约、反对浪费是一场持久战，每个消费者消费习惯的一点改变，就是整个社会消费

⑥ 构建中国低碳城市生活，从“碳标签”绿色消费开始！(2019-01-14). http://blog.sina.com.cn/s/blog_18fea69c80102y869.html.

风气的大改善。要健全制度，采取有针对性的措施，坚决制止浪费行为。领导干部要带头落实相关制度，在厉行节约、反对浪费上作表率，带动更多人践行勤俭节约的新风尚。要弘扬勤俭节约的优良传统，激发艰苦奋斗的精气神，集中力量办好自己的事，不断在变局中开新局，为新时代的绿色健康生活，作出自己的应有贡献。

参考文献

1 庄贵阳. 低碳消费的概念辨识及政策框架. 学术前沿, 2019, (2): 47-53.
Zhuang G Y. Recognize the concept of low-carbon consumption and its policy framework. Xueshu Luntan, 2019, (2): 47-53. (in Chinese)

2 John E, Julia H. The Green Consumer Guide: From Shampoo to Champagne: High-Street Shopping for a Better Environment. London: Gollancz, 1989.

3 国合会“绿色转型与可持续社会治理专题政策研究”课题组, 任勇, 罗姆松, 等. 绿色消费在推动高质量发展中的作用. 中国环境管理, 2020, 12(1): 24-30.
CCICED Special Policy Study on Green Transition and Sustainable Social Governance, Ren Y, Luo M S, et al. The role of green consumption in promoting high-quality development. Chinese Journal of Environmental Management, 2020, 12(1): 24-30. (in Chinese)

4 郑红娥. “双循环”格局下消费的阶段性特征研判. 人民论坛, 2021, (4): 12-15.
Zheng H E. Study and judgment on the periodical characteristics of consumption under double circulation pattern. People’s Tribune, 2021, (4): 12-15. (in Chinese)

5 张黎. CYCAN启动低碳消费行为干预项目，促进青年践行低碳与可持续消费. 中国环境报, 2021-04-28(06).
Zhang L. CYCAN launched low-carbon consumption behavior intervention projects to promote young people to practice low-carbon and sustainable consumption. China Enviroment, 2021-04-28(06). (in Chinese)

6 周宏春. 绿色消费的社会治理体系研究. 中国环境管理, 2020, 12(1): 31-36.
Zhou H C. Research on the social governance system of green consumption. Chinese Journal of Environmental Management, 2020, 12(1): 31-36. (in Chinese)

7 罗子明. 消费者心理学（第2版）. 北京: 清华大学出版社, 2002: 20.
Luo Z M. Consumer Psychology (2nd). Beijing: Tsinghua University Press, 2002: 20. (in Chinese)

8 王一鸣. 百年大变局、高质量发展与构建新发展格局. 管理世界, 2020, (12): 1-12.
Wang Y M. Changes unseen in a century, High-quality development, and the construction of a new development pattern. Journal of Management World, 2020, (12): 1-12. (in Chinese)

chinaXiv:202303.10096v1

ChinaXiv合作期刊

Green Consumption under Carbon-orientated: Connotation, Transmission Mechanism and Countermeasures

ZHOU Hongchun[1] SHI Zuoting[2]

（1 Development Research Center of the State Council, Beijing 100010, China;

2 National Energy Conservation Center, Beijing 100045, China）

Abstract As the proportion of consumption to GDP increases and its role in stimulating economic growth in China, the impact of residents' consumption has apparently become increased on resources, the environment and carbon dioxide emissions. Production is for consumption, and consumption in turn promotes production; consumption determines production and also guides the direction and development trend of production. Green consumption is not only a consumer's responsibility, but also higher requirements for producers: the entire process from raw material procurement, product production and transportation, product use, second product recycling, and final disposal must be low-carbon standards. It is very significant important to promote green and low-carbon development by supply-side structural reforms. The government push green consumption through policy measures such as setting up incentive/restraint mechanisms, and increasing the supply of green products, government procurement, and setting an example by themselves. The fundamental measure is to raise the public's awareness of environmental protection and consciously practice green and low-carbon consumption.

Keywords green consumption, connotation, transmission mechanism, suggestions

chinaXiv:202303.10096v1



周宏春 国务院发展研究中心研究员、原副巡视员。研究领域为资源环境、可持续发展、循环经济、低碳经济、绿色经济。国务院特殊津贴获得者，雾霾治理总理专项顾问组16人成员，中国循环经济50人成员。商务部内贸专家，国家林业和草原局应对气候变化专家咨询委员会成员，中国地质调查局专家委员会专家，国务院机关事务管理局节能专家，北京市讲师团专家；南京大学客座教授、南开大学“985工程”循环经济哲学社会科学创新基地学术领导小组委员、中国科学院生态环境研究中心客座研究员等。发表论文500余篇，出版或参与编著专著20余部。

E-mail: drczhou@sina.com

ZHOU Hongchun Former deputy director-general, special allowance recipient of the State Council. History research fields include resources and environment, sustainable development, circular economy, low-carbon economy, and green economy. One of 16 members of Special Advisory Group for Smog Management, the Prime Minister's, one of 50 members of China's Circular Economy. Domestic trade expert of the Ministry of Commerce, one of the Advisory Committee of Experts on Climate Change of the National Forestry and Grass Administration, one of the Expert Committee of China Geological Research Bureau, one of energy conservation expert of the State Council Office Affairs Administration, one lecturer of Beijing Lecturer Group. Visiting professor of Nanjing University, Nankai University, University of Science and Technology Beijing, and so on. Visiting professor of the Research Center for Eco-Environmental Sciences of the Chinese Academy of Sciences. More than 500 papers published, and more than 20 books wrote or edited. E-mail: drczhou@sina.com

■责任编辑：张帆

*Corresponding author